ENCUENTRA TU VOZ

Caja de herramientas de la Red YLAI para preparar un discurso de ascensor

YLAI Network

ylai.state.gov/entrepreneurship

Caja de herramientas de la Red YLAI para preparar un discurso de ascensor

Bienvenidos a la caja de herramientas de la Red YLAI para preparar tu propio discurso de ascensor, que te ayudará a promocionar tu negocio. Un discurso es una presentación sobre lo que se quiere lograr con un negocio o emprendimiento propio, por lo general con el fin de conseguir un socio o una inversión. Puede ser formal o informal y estar dirigido a distintos públicos. ¿Ya preparaste el tuyo? No te preocupes: esta caja de herramientas te ayudará a refinar lo que ya tienes y a darle más fuerza a tu discurso final.

Completa las actividades de esta caja de herramientas si quieres especializarte en el arte de promocionar tu negocio ante posibles inversionistas, socios, empleados u otros. Comparte tu experiencia en los medios sociales con la etiqueta #YLAIPitchPerfect para contarles a otros miembros de la Red YLAI que encontraste tu voz.

ÍNDICE

Lista de lo que necesitas para preparar el discurso de ascensor perfecto

- ☐ **Sección 1: Contar la historia propia** **4**
  - ☐ Decide qué tienes para contar
  - ☐ Escribe un enunciado memorable
  - ☐ Arma tu historia
- ☐ **Sección 2: Hablar en público** **7**
  - ☐ Atrapa a tu público
  - ☐ Emplea comunicación eficaz, tanto verbal como no verbal
- ☐ **Sección 3: Discursos rápidos o informales** **9**
  - ☐ Práctica para discursos informales
- ☐ **Sección 4: Discursos formales** **11**
  - ☐ Cuestionario sobre discursos formales
  - ☐ Pasos para diseñar tu presentación
  - ☐ Lo que se debe y no se debe hacer al dar un discurso
- ☐ **Sección 5: Formato de evaluación de discursos** **17**

SECCIÓN 1

Contar la historia propia

El primer paso para preparar el discurso perfecto viene mucho antes de dar una presentación o de hablarle a alguien. Primero tienes que reflexionar sobre tus metas, lo que incluye determinar cuál es tu historia y decidir cómo contarla. Esta sección te ayudará a orientarte para hacerlo.

Decide qué tienes para contar

Antes de que puedas dar a conocer tu historia, tienes que decidir lo que quieres contar. Los ejemplos que siguen te ayudarán a determinar cuál es la información fundamental para tu historia. El objetivo de este ejercicio es responder cada pregunta de la forma más breve posible, así que tómate tu tiempo y ponte el desafío de **de limitar tus respuestas a una oración por sección.**

¿Quién eres tú?	*Ejemplo: Me llamo Charlie; obtuve mi diploma de negocios en la universidad, llevo 10 años trabajando en administración de empresas, y soy el director de BizCompany.*
¿A qué se dedica tu negocio?	*Ejemplo: BizCompany se dedica a ayudar a otros negocios a hacer llegar su mensaje a posibles clientes por internet y por medios tradicionales.*
¿Cuándo necesitaría alguien los servicios de tu negocio?	*Ejemplo: Nuestros clientes acuden a BizCompany cuando van a lanzar un producto nuevo y necesitan hacérselo saber a sus clientes.*
¿Dónde pueden encontrar tu negocio los interesados en sus servicios?	*Ejemplo: Los negocios nos pueden contactar directamente por nuestro sitio web, y después de ese primer contacto trabajaremos con ellos en sus oficinas para preparar un plan de mercadeo y ponerlo en ejecución.*
¿Por qué es especial tu negocio?	*Ejemplo: BizCompany no solo ayuda a los negocios a comerciar sus productos y servicios; cada mes ayudamos gratuitamente a promocionar eventos locales para animar a más gente a ir a ellos y sentirse parte de la comunidad.*
¿Cómo provee productos y servicios tu negocio?	*Ejemplo: BizCompany trabaja paso a paso con sus clientes desde la concepción de la idea hasta su ejecución, y provee recomendaciones y documentos adecuados durante el proceso.*
Describe tu pasión por tu negocio.	*Ejemplo: De niño tenía un puesto de venta de limonada y siempre me preguntaba qué podría hacer para vender más, entonces de grande fundé BizCompany para ayudar a otras compañías a vender su "limonada".*

Escribe un enunciado memorable

Ahora que ya pensaste sobre tu negocio llegó la hora de crear lo que puede acabar siendo la parte más importante de tu historia: el enunciado memorable.

Cuando cuentes tu historia, es esencial que destaques un enunciado memorable. Ese párrafo tendría que hacer alusión a los puntos principales de tu historia. Quien solamente se acuerde del enunciado de tu historia tendrá una idea clara de tu negocio y de por qué merece apoyo.

Si necesitas ayuda para expresar el problema que tu negocio procura resolver, consulta el paquete de herramientas de la Red YLAI para emprendedores (YLAI Entrepreneurship Toolkit) en busca de herramientas y actividades que te ayudarán a entender mejor tu negocio y cómo lograr que tenga éxito.

Llegó el momento de crear tu enunciado. Recuerda que **los mejores enunciados:**

- **Son claros y concisos.** Usa solamente una oración.
- **Separan a tu negocio de los demás.** Básate en las secciones "¿Por qué es especial tu negocio?" y "¿A qué se dedica tu negocio?" de la página anterior.
- **Detallan la importancia de tu negocio.** Básate en la sección de la página anterior sobre la pasión. Explica cómo tu negocio puede ayudar a otros..

Así se vería un posible enunciado memorable de la Red YLAI, a modo de ejemplo:

La Red YLAI es una comunidad dinámica compuesta por jóvenes emprendedores y artífices del cambio de América Central y el Caribe que se ha dado a la tarea de forjar conexiones, compartir ideas y cambiar el mundo mediante emprendimientos.

Ahora es tu turno. Acuña tu enunciado memorable en este espacio:

Arma tu historia

Ahora que has escrito los antecedentes, llegó la hora de combinarlos para crear una historia convincente que pueda servirte de guía para hablar sobre ti y tu negocio de forma más persuasiva.

Después de haber completado las actividades que aparecen en las dos páginas anteriores, tendrías que tener ocho oraciones: siete de la primera actividad y tu enunciado memorable. Tu desafío en esta actividad es transformar todas las respuestas en una historia clara y concisa que sea enérgica y te resulte fácil de relatar. Te conviene incluir partes de cada una de tus siete respuestas y tu enunciado memorable.

Para responder a cada una de las instrucciones siguientes, **céntrate en lo que hace que tu historia sea cautivadora.** Las historias cautivadoras suelen ser aquellas que suenan familiares o son emotivas, tangibles, memorables, sorprendentes o prácticas. Piensa cómo puedes contarle a alguien lo que hace tu negocio y cómo brinda servicios en una oración en lugar de en dos; piensa si de verdad quieres centrar la atención en la historia de tu compañía o en tus servicios.

Escribe tu historia a continuación en no más de cinco oraciones:

Ahora escribe tu historia a continuación en no más de tres oraciones:

SECCIÓN 2

Hablar en público

Una vez que comprendas tu historia y sepas cómo contarla, querrás contarla de forma persuasiva, y en esto entra en juego la importancia de hablar en público. Esta sección te ayudará a entender cómo atrapar a tu público y te aconsejará sobre la mejor manera de hablarles a otros.

Atrapa a tu público

El primer paso para hablar en público, sin importar la ocasión, es atrapar a tu público. Si te pones a hablarle a una persona o a un grupo, así como así, es menos probable que te escuchen. Una de las mejores formas de atrapar a tu público rápidamente consiste en relacionar lo que vas a contar con algo que los miembros del público viven todos los días. Este es uno de los motivos principales por los que es esencial conocer a tu público antes de hablar públicamente.

Aquí hay una muestra de este método, con la Red YLAI como negocio de ejemplo y como si el público fuera el conjunto de profesionales de negocios de una ciudad:

Todos sabemos lo frustrante que puede ser el traslado diario al trabajo; tienes que hacerle frente al tránsito y a mucha gente tan solo para llegar a la oficina. Llegar al trabajo puede ser frustrante, pero avanzar en tu carrera no tendría que serlo. Ahí entra en juego la Red YLAI.

¡Ahora es tu turno! Piensa en una experiencia de la vida cotidiana –como ir al trabajo o llegar a casa para preparar la cena– que tengan los integrantes de los siguientes grupos de posibles públicos, y luego escribe una oración para conectar esa experiencia a tu negocio.

Grupo (público)	Experiencia de la vida cotidiana que sea familiar para otros	Oración que conecta esa experiencia con tu negocio
Profesionales de los negocios que trabajan en una ciudad	*Ejemplo: el traslado diario al trabajo*	*Ejemplo: Llegar al trabajo puede ser frustrante, pero avanzar en tu carrera no tendría que serlo. Ahí entra en juego la Red YLAI.*
Un inversionista mayor, jubilado y adinerado que vive en los suburbios		
Emprendedores jóvenes (18-22) que están estudiando		
Un funcionario gubernamental con familia e hijos pequeños		

Emplea comunicación eficaz, tanto verbal como no verbal

Una vez hayas atrapado al público, gran parte del éxito que tengas al hablarle estará relacionado con la comunicación eficaz, tanto verbal como no verbal. La lista que sigue contiene consejos y técnicas que deberías poner en práctica al hablar en público. Si puedes marcar todas las casillas, le darás a tu historia una mayor oportunidad de repercusión en el público.

Comunicación verbal		
☐	**No uses muletillas**	Si al hablar usas muletillas como "mmm" o "bueno", al público se le puede hacer más difícil entender lo que dices, y hasta puede no escucharte. **Prueba esto:** Cuando necesites ordenar tus pensamientos, haz una pausa y respira. Una pausa suena mejor que "mmm" o "bueno".
☐	**Varía tu tono de voz**	Mantener el mismo tono –el ritmo, la inflexión y el nivel de entusiasmo de tu voz– puede ser aburrido para tu público, por lo que puede que no te escuche. **Prueba esto:** Usa el mismo tipo de voz que usarías para hablarles a tus padres o a un amigo cercano. Quieres ser respetuoso, pero está bien sonar entusiasmado al hablar de tu negocio.
☐	**Enfatiza las cosas importantes**	Enfatizar información importante, como tu enunciado memorable, es una buena forma de hacer que tu público la recuerde cuando ya hayas terminado de hablar. **Prueba esto:** Cuando digas tu enunciado memorable, ve más lento y habla con pasión: dale un tono emocionante a tu presentación y así te recordarán.
Comunicación no verbal		
☐	**Párate derecho**	La postura es uno de los elementos más importantes a la hora de hablar en público. El cerebro humano tiende a interpretar la mala postura como señal de falta de confianza en uno mismo. **Prueba esto:** Habla desde tu pecho: párate derecho y haz como si tu voz saliera de tu pecho. Si te encorvas, tu pecho apuntará al suelo y nadie te oirá. ¡Párate derecho y cerciórate de que te escuchen!
☐	**Usa tus manos**	Al hablar, te conviene estar en movimiento –caminar o gesticular con las manos– para mantener al público interesado en lo que dices. **Prueba esto:** No te cruces de brazos ni dejes las manos juntas. Esos gestos no son acogedores. Mejor gesticula con tus manos hacia el público; eso lo invitará a lo que estés narrando.
☐	**Haz contacto visual**	Querrás que tu discurso o presentación se sientan como una conversación entre tú y cada integrante del público. Hacer contacto visual puede ayudar a lograrlo. **Prueba esto:** Mientras hablas, ve mirando rápidamente al público y haz contacto visual con distintas personas. Haz contacto visual durante cuatro o cinco segundos con cada persona y luego pasa a otra.

SECCIÓN 3

Discursos rápidos o informales

Ahora que comprendes tu historia y sabes cómo contarla, es hora de practicar cómo promocionar tu negocio en un entorno informal o de tiempos breves. Cualquier momento puede ser oportuno para dar un discurso informal, así que es esencial estar siempre preparado.

El público de un discurso informal por lo general será más reducido que el de un discurso formal; casi siempre será una situación cara a cara con otra persona, como cuando hablamos con un posible inversionista en un café o nos sentamos al lado de un posible empleado en un avión.

En un entorno informal es de suma importancia lograr que la idea de uno se entienda rápidamente. Es probable que la otra persona esté ocupada… además no tiene por qué hablarnos. Tu enunciado memorable tendría que ser la base de tu relato, y tendrías que agregar partes de tu historia que te parezcan útiles para tu interlocutor.

Por ejemplo, si estás hablando con alguien con quien estudiaste pero no has visto desde hace tiempo, puede ser buena idea introducir **tu enunciado memorable** con un breve resumen de lo que has estado haciendo y de cómo has llegado al punto en el que te encuentras ahora con tu negocio.

La actividad de la página que sigue te ayudará a practicar para dar un discurso: te desafiará a contar tu historia en varias situaciones distintas.

Práctica para discursos informales

Qué necesitas

- Un contador de tiempo en tu teléfono o un cronómetro
- *Optativo: una grabadora de voz o de video en tu teléfono para grabar tu práctica*

Instrucciones

En la página siguiente hay dos ejercicios que tendrías que completar por separado. El objetivo de cada uno es que logres que cada persona te ofrezca su tarjeta profesional para conectarse contigo en el futuro.

Paso 1 — Lee la indicación del ejercicio, que te colocará en la situación para dar tu discurso informal.

Paso 2 — Piensa en la indicación, ¿qué parte de tu historia es útil para esta persona?

Paso 3 — Pasa la hoja para no ver la indicación del ejercicio, y prepara tu contador.

Paso 4 — Pon el contador por el número de segundos mencionados en la indicación.

Paso 5 — Activa el contador y comienza. Simula estar hablándole a la persona mencionada en la indicación.

Paso 6 — Cuando se detenga tu contador, da vuelta la página y sigue las preguntas mencionadas en la indicación.

Paso 7 — Repite los pasos 1 a 6 para cada indicación.

Recuerda: Es fundamental que practiques tu discurso y que estés preparado. Toma tu práctica en serio. Si te va bien en la práctica, te irá bien en la vida real.

INDICACIÓN 1	
Acabas de entrar a un ascensor en el que hay otra persona. Mientras se va cerrando la puerta te das cuenta de que ese es David, un compañero de la escuela. Tú y David se conocían, pero no eran muy amigos. David te cuenta que trabaja en una compañía que invierte en negocios y te pregunta a qué te dedicas tú. **Tienes 60 segundos para contarle a David tu historia y promocionar tu negocio antes de que el ascensor llegue adonde te vas a bajar.** *Recuerda: No quieres que parezca que le estás vendiendo algo, enfócate en lo que es útil que él sepa y trata de lograr que se interese en tu negocio.*	
¿Qué dijiste?	
¿Por qué a David le parecería útil lo que dijiste?	
¿Qué podrías mejorar de lo que dijiste?	

INDICACIÓN 2	
Te sientas en un autobús al lado de una muchacha unos años más joven que tú. La saludas, y te cuenta que se llama Julia y trabaja en una industria similar a la de tu negocio. Mientras está describiendo su trabajo te das cuenta de que sus habilidades le vendrían bien a tu negocio y quieres ver si le interesaría trabajar para tu compañía. **Tienes 90 segundos para contarle a Julia sobre ti y tu negocio antes de que se baje del autobús.**	
¿Qué dijiste?	
¿Por qué a Julia le parecería útil lo que dijiste?	
¿Qué podrías mejorar de lo que dijiste?	

SECCIÓN 4

Discursos formales

Ahora que ya practicaste cómo contar tu historia de manera informal, llegó la hora de contarla en un entorno formal como una competencia de promoción comercial, una reunión sobre oportunidades de financiación o la oficina de un socio potencial.

Esta sección te ayudará a entender los mejores métodos para prepararte para una presentación y para crearla; también te dará consejos y recomendaciones para presentar y hacer el seguimiento con tu público después de un discurso de ascensor.

Cuestionario sobre discursos formales

Con este cuestionario con preguntas de respuesta múltiple comprobarás cuánto sabes sobre discursos formales y su preparación, presentación y seguimiento. Fíjate en la clave de respuestas de la página siguiente para ver cuántas respuestas correctas tuviste y las explicaciones de cada pregunta.

1. Al prepararte para dar un discurso, tendrías que escribir exactamente cada palabra de lo que quieres decir.

A) Verdadero

B) Falso

2. ¿Qué tendrías que enviarles a quienes te escucharon dentro de 24 horas de tu discurso?

A) Un contrato

B) Flores y globos

C) Una nota de agradecimiento

3. ¿Cuántas veces tendrías que practicar tu discurso antes de darlo?

A) 1

B) 3

C) 10

D) Hasta que te sientas seguro de estar listo

4. Durante una presentación, tendrías que leerle al público lo que dicen las diapositivas.

A) Verdadero

B) Falso

5. ¿Qué es bueno darle al público inmediatamente después de terminar una presentación?

A) Tu tarjeta profesional

A) Una hoja con información sobre tu negocio

A) Dinero

B) Ambas respuestas A y B

6. Tendrías que tratar de incorporar toda la información que puedas en tu discurso.

A) Verdadero

B) Falso

7. ¿Cuáles son los dos componentes más importantes de un discurso?

A) El principio y el final

B) Las imágenes y los colores que usas

C) Tu ropa y tu corte de pelo

D) El ritmo de tu presentación y cómo das la mano

8. ¿Cuál tendría que ser el punto principal de tu discurso?

A) Cuánto dinero gana tu negocio

B) Lo inteligente que eres

C) Tu enunciado memorable

D) Tus mascotas

Cuestionario sobre discursos formales — CLAVE DE RESPUESTAS

Pregunta	Respuesta correcta
1. Al prepararte para dar un discurso, tendrías que escribir exactamente cada palabra de lo que quieres decir.	**B - Falso** Si sigues un texto memorizado para exponer lo que quieres decir, puedes parecer menos auténtico y tu discurso puede ser menos cautivante para el público. *Prueba esto:* Haz una lista de los puntos importantes que quieres comunicar, en el orden que quieres mencionarlos. Practica hablar sobre cada punto en lugar de decir textualmente cada palabra.
2. ¿Qué tendrías que enviarles a quienes te escucharon dentro de 24 horas de tu discurso?	**C - Una nota de agradecimiento** Es importante enviarles una nota de agradecimiento –por lo general por correo electrónico– a quienes te escucharon. No te olvides de agradecerles por su tiempo y su atención a tu negocio.
3. ¿Cuántas veces tendrías que practicar tu discurso antes de darlo?	**D - Hasta que te sientas seguro de estar listo** No hay una cantidad establecida de veces que habría que practicar un discurso antes de darlo. Practica hasta que te sientas seguro de destacarte a la hora de dar tu presentación. *Prueba esto:* Practica tu discurso frente a familiares y amigos para ver si estás listo para dar el discurso real.
4. Durante una presentación, tendrías que leerle al público lo que dicen las diapositivas.	**B - Falso** Por lo general el público pierde interés en lo que se está diciendo cuando el presentador lee las diapositivas, así que trata de evitarlo. Recuerda: es importante hacer contacto visual, y no se puede hacer contacto visual si se están mirando las diapositivas.
5. ¿Qué es bueno darle al público inmediatamente después de terminar una presentación?	**D – Ambas respuestas A y B** No tendrías que darle dinero ni ninguna otra cosa de valor a nadie después de terminar tu presentación, ya que se puede considerar un soborno y en consecuencia se te puede excluir de oportunidades futuras. *Prueba esto:* Deja tu tarjeta profesional y un resumen de tu negocio. Estos le ayudarán al público a recordarte a ti y a tu negocio, así como a contactarte más adelante.
6. Tendrías que tratar de incorporar toda la información que puedas en tu discurso.	**B - Falso** Tu público responderá mejor a una presentación sencilla y clara. *Prueba esto:* Limita la información que das en tu presentación a aquella que el público necesita saber y a algunos argumentos de apoyo. Consejo: usa tu enunciado memorable.
7. ¿Cuáles son los dos componentes más importantes de un discurso?	**A - El principio y el final** Si bien todo cuenta, los componentes más importantes de tu discurso son el principio y el final porque el público estará más atento durante ellos. Esos momentos te ofrecen la mejor oportunidad de causar una buena impresión.
8. ¿Cuál tendría que ser el punto principal de tu discurso?	**C - Tu enunciado memorable** Tu enunciado memorable es lo que más tendría que recordar el público tras tu presentación. Aun cuando se olviden de todo lo demás, sí tendrían que recordar tu enunciado.

Pasos para diseñar tu presentación

Si tienes acceso a una plataforma de presentación con Microsoft PowerPoint, esta sección te ayudará a entender mejor las mejores prácticas para el diseño de efectos visuales para acompañar a tu discurso. Si no tienes Microsoft PowerPoint, ¡no te preocupes! Hay otras opciones para representar tu discurso de manera visual. En cualquier caso, procura que tus efectos visuales sean fáciles de ver desde donde estén tus oyentes.

En la actividad que sigue se puede mejorar el diseño de cada diapositiva. Fíjate si te das cuenta de cómo lograrlo: escribe lo que te parezca en la casilla que se encuentra a la derecha de cada diapositiva. Luego consulta la clave de respuestas de la página siguiente para ver si acertaste y ver la explicación correspondiente a cada diapositiva.

Diapositiva 1: La diapositiva con el título

Diapositiva 2: La diapositiva con contenido

Diapositiva 3: La diapositiva final

Pasos para diseñar tu presentación: clave de respuestas

La clave de respuestas que sigue explicará lo que no funcionaba de las diapositivas de las páginas anteriores. También te dará un ejemplo de una versión mejorada de cada diapositiva.

Diapositiva 1: La diapositiva con el título

Lo que no funcionaba:
Ni el título ni la imagen inspiraban ni cautivaban al público. La diapositiva tenía demasiadas palabras para ser la diapositiva con el título y la foto era muy pequeña.

Lo que tendrías que hacer:
Empieza A LO GRANDE. Tu primera impresión prepara el terreno para tu discurso. Pon un título sencillo que capture la idea de tu negocio. Usa una imagen grande para sumergir a tu público en tu discurso y tus diapositivas.

Diapositiva 2: La diapositiva con contenido

Lo que no funcionaba:
Mucho texto y muchos gráficos. No había espacio suficiente en la diapositiva.

Lo que tendrías que hacer:
No te olvides de que a veces “menos es más”: no tendrías que tener más de tres viñetas por diapositiva. Usa imágenes de personas, ya que el público se interesará más en ellas que en objetos inanimados. Usa fondo blanco en tus diapositivas; así tu mensaje será más claro.

Diapositiva 3: La diapositiva final

Lo que no funcionaba:
No termines una presentación con una diapositiva de preguntas. Las partes más importantes de tu discurso son el principio y el final.

Lo que tendrías que hacer:
Cierra el círculo: termina tu discurso con la idea principal con la que comenzaste. Aprovecha tu última diapositiva para inspirar el diálogo entre tus oyentes: es probable que quede en la pantalla durante la sesión de preguntas posterior a tu presentación.

Lo que se debe y no se debe hacer al dar un discurso

Esta actividad, que es útil para discursos informales y formales, te ayudará a informarte sobre algunas cosas que tendrías y que no tendrías que hacer a la hora de dar un discurso. Dibuja un círculo en "se debe" o "no se debe" en cada caso a continuación. Consulta la clave de respuestas para ver cómo te fue.

1	Se debe	No se debe	Tener tarjetas profesionales con uno
2	Se debe	No se debe	Tener un enfoque de negocios agresivo con alguien que no está interesado en la compañía de uno
3	Se debe	No se debe	Mostrar que se tienen buenos modales
4	Se debe	No se debe	Hacerle perder el tiempo al público
5	Se debe	No se debe	Ser positivo al hablarle al público
6	Se debe	No se debe	Dar una presentación muy rápido

Clave de respuestas

1	**SE DEBE** tener tarjetas profesionales con uno. Las tarjetas profesionales son útiles en presentaciones formales, pero no te pueden faltar cuando das un discurso informal. Cuando te presentas rápido a alguien, es esencial entregarle una tarjeta profesional con la información de contacto de tu compañía para que te pueda contactar en el futuro.
2	**NO SE DEBE** tener un enfoque de negocios agresivo. Si alguien no parece estar interesado en tu negocio, no hay problema. Siempre es mejor dejarlo pasar y dar una impresión positiva en lugar de presionar mucho y dar una impresión negativa.
3	**SE DEBE** mostrar que se tienen buenos modales. Ya sea la primera o la centésima vez que ves a una persona, las impresiones siempre cuentan. Mostrar que se tienen buenos modales –abriéndole la puerta a alguien, halagándolo, siendo amable en general– es una buena forma de hacer lo posible para que los demás se queden con una buena impresión de ti.
4	**NO SE DEBE** hacerle perder el tiempo al público. Recuerda que cada persona con la que hablas valora su tiempo tanto como tú valoras el tuyo, ¡así que no se lo hagas perder!
5	**SE DEBE** ser positivo. Tener una actitud positiva siempre viene bien. Nadie querrá empezar a trabajar con alguien negativo ni invertir en el negocio de alguien con mala actitud.
6	**NO SE DEBE** ir con prisa. Aunque no tengas mucho tiempo para promocionar tu negocio, ve poco a poco y cerciórate de que el público vaya entendiendo lo que dices. Es limitada la cantidad de información que el público puede absorber cuando el orador habla muy rápido.

SECCIÓN 5

Formato de evaluación de discursos

El formato que aparece abajo sirve para que te evalúes tú o evalúes a un colega, de esta manera:

Autoevaluación: Grábate en video o en audio presentando tu discurso. Haz una pausa de 15 minutos para despejar la mente y luego mira o escucha tu discurso. Ponte una calificación en el formato que aparece abajo y verás en qué puedes mejorar.

Evaluación de colegas: Mira la presentación de práctica de un colega y ponle una calificación en el formato que aparece abajo. El formato tiene el propósito de ayudar a tu colega a mejorar, así que dale ánimo y destaca lo que hizo bien además de decirle lo que puede mejorar.

Cómo usar el formato: Mientras miras o escuchas el discurso, determina si cada elemento del discurso necesita mejorar, es bueno o es excelente y escribe el número que corresponda en la casilla “Calificación” de ese elemento. Cuando termina el discurso, suma todos los números y fíjate cómo le fue al presentador.

Elemento del discurso	1– Necesita mejorar	2 – Intermedio	3 – Excelente	Calificación
Contar la historia propia	Las ideas del presentador no estuvieron bien organizadas, y no fue fácil seguir la historia. No hubo enunciado memorable.	La historia del presentador estuvo organizada y no fue muy difícil de seguir, pero no hubo enunciado memorable.	Hubo un enunciado memorable claro; la historia del presentador estuvo bien organizada y fue cautivadora y fácil de seguir.	
Comunicación verbal	El presentador no logró atrapar al público, usó muchas muletillas como "mmm" y su tono de voz no varió en ningún momento.	El presentador procuró atrapar al público y usó la voz para destacar los puntos clave de la presentación, pero podría haberlo hecho mejor.	El presentador atrapó al público desde el principio y contó su historia y sus puntos clave de forma muy persuasiva.	
Comunicación no verbal	El presentador no hizo contacto visual, tuvo mala postura y no usó sus manos durante la presentación.	El presentador hizo un poco de contacto visual y usó un poco las manos.	El presentador hizo contacto visual, usó las manos, se paró derecho y en general pareció muy seguro de sí mismo durante la presentación.	
Persuadir con el discurso	No sé con certeza cuál fue el objetivo del discurso (conseguir fondos o un socio, u otra cosa); el presentador no lo dejó en claro en ningún momento.	Entendí el objetivo del discurso, pero no estoy del todo convencido. Tendré que pensarlo.	El discurso tuvo un objetivo claro y logró convencerme de participar (como socio o inversionista, o de otra forma).	
Diseño de la presentación (si corresponde)	El diseño de la presentación estuvo bien, pero en las diapositivas había mucho texto e imágenes que no funcionaban. Fue difícil seguir las diapositivas.	El diseño de la presentación fue bueno, pero me distrajo un poco de lo que estaba diciendo el presentador.	El diseño de la presentación fue fantástico. Cada diapositiva logró acompañar a la perfección lo que iba diciendo el presentador de una forma fácil de seguir.	
TOTAL				

Calificación:

5-6: Necesita mejorar **7-9:** Intermedio **10-12:** Bueno **13-15:** Excelente